

日本酒の魅力発信（アイスランド）

在アイスランド大使館

日時

実施日時：2026年2月26日（木）
実施場所：グランドホテル（レイキャビク市内）
訴求対象：現地政府関係者、外交団、企業関係者等
開催規模：計114人

概要

- 天皇誕生日祝賀レセプション開催に際して、日本酒製造会社「清水清三郎商店」のブースを会場内に設け、同社製品「ZAKU」の試飲提供・PRを行った。

効果

- 当地の政府関係者や外交団から、日本酒提供は大変好評であり、同社からも今後の日本酒の海外輸出促進に寄与する結果となったとコメントがあった。

特記事項

- 2026年に外交関係樹立70周年を迎えるところ、本イベントを契機に更なる日アイスランド関係の強化を見込む。



紀州梅酒・梅製品の海外市場拡大促進（アイルランド）

在アイルランド大使館

日時

実施日時：2026年2月12日（木）

実施場所：大使公邸

訴求対象：アイルランド政府、当地レストラン、外交団、当地企業の関係者

開催規模：約120人

概要

- 日本一の梅の生産量を誇る中田食品の海外事業担当者が同レセプションに出席し、紀州の梅酒・梅製品のPRを行った。
- レセプション参加者に対して梅製品の効能や梅酒について説明するとともに、東京2020オリンピックにて日本選手に公式提供された梅製品及び風味豊かな梅酒のテイスティングを実施した。



効果

- レストラン関係者を始め、市議会議長、友好議員連盟会長、当地議会AI委員会委員長、外務・貿易省等の政府関係者、外交団、学術・文化関係者が参加したレセプションにおいて、日本産食品を広くPRする機会を設けることができた。
- レセプションでは、3つの日本食レストランの関係者から積極的な質問が寄せられ、そのうち1つのレストランの2店舗において、同梅酒を取り扱うことが決定した。今後も引き続き、紀州梅製品の当地への輸出に向けたフォローアップを進めていく。



特記事項

2027年に日・アイルランド外交関係樹立70周年を迎えるに当たり、本イベントは日本産食品の魅力を広くアピールする貴重な機会となった。今後も両国間の交流を更に深めながら、日本産食品の海外市場拡大に向けた取組を継続し、本イベントを契機とした二国間の関係強化が一層期待される。



天皇誕生日レセプションにおける日本産農林水産物・食品のプロモーション（英国）

在英大使館

日時

実施日時：2026年2月26日（木）

実施場所：大使館ボールルーム

主 催：大使館

協 力：福島県本宮市、栃木県、鹿児島県、awa酒協会、クリアスプリング、日本酒造組合中央会、キッコーマン、UCC、NHフーズ、S&B、日本食研、サントリー、アサヒ、サッポロ、麒麟、UK Bonsai協会、全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会、JRA

概要

- 天皇誕生日レセプションの開催に併せて、日本産農林水産物・食品（和牛、メロン、いちご等）のプロモーションを実施。
- 当日は、英国最高裁判所長官、法務総裁、外務開発省閣外大臣を含む英国政府高官、王室関係者、各党の英国議会議員、司法関係者、軍関係者、学術・文化・スポーツ・メディア関係者、当地で活動する企業・団体等の関係者など、およそ300名が参加。

効果

- 当地において絶大な人気の和牛を複数の料理で提供。また、静岡産のマスクメロン（当地で人気のミュージカル・トトロに寄せて盛り付けを演出）や奈良県産のいちごも提供。これらは、大使館料理人が調理し、食の外交官としてのプレゼンスを発揮し、日本食のPRに大きく貢献。来場者に非常に好評であり、用意した食事は早くに完売。当地においては少し値が張る食材を様々な分野・年齢層の英国人ゲストに対して幅広くPRする良い機会になった。

特記事項

- 大変多くの来場者から、提供された日本食材を使った料理への賞賛、また是非食べたい、どこで購入可能か、といった声が聞かれた。



東日本大震災15周年レセプション（英国）

在英国大使館

日時

実施日時：2026年3月9日（月）
実施場所：大使館ボールルーム
訴求対象：現地大学関係者、
在英日本人会関係者
開催規模：約80人

概要

- 東日本大震災から15周年を記念したパネルディスカッションイベントを実施。同イベントの実施後に東北地方で造られた日本酒及び同地方の産品を用いた食品を提供してのレセプションを主催。

効果

- イベント及びレセプションには大学関係者を中心に約80人の出席を得、日本酒及び東北地方の産品の魅力を知ってもらう機会となった。

特記事項

-



園芸博の機運醸成及び対日直接投資推進（オランダ）

在オランダ大使館

日時

実施日時：2026年2月19日（木）
実施場所：大使館公邸
訴求対象：現地政府関係者、現地園芸関係者等
開催規模：約250人

概要

- 現地政府、園芸関係団体、知識機関、国際機関関係者等に2025年大阪・関西万博を通じた日蘭の関係深化について改めて周知した上で、横浜で開催される予定のGreen Expo 2027への公式参加を期待している旨伝えるとともに、これらを通じて対日直接投資についても歓迎する旨説明。

効果

- 園芸博については、PR動画を放映すると共にパンフレットも配布し、横浜で2027年に開かれる園芸博を視覚的にアピールし、注目度を高めた。
- 一部の園芸団体から、オランダ政府の公式出展の有無にかかわらず、数日間でのイベント開催などについての可能性検討の声が聞かれるなど、一定の訴求効果はあり。

特記事項

- 園芸博について、日本側の出展者や参加企業の一覧を求められるなど、ビジネス機会として捉える参加者が多い。



日本産酒類試飲イベント（キプロス）

在キプロス日本使館

日時

実施日時：2026年2月26日（木）
実施場所：ニコシア市内ホテル
訴求対象：現地政府関係者・ビジネス関係者、外交団等
開催規模：約260人

概要

- 現地政府関係者、ビジネス関係者、学術・文化関係者、外交団等に対して、日本関連ビジネス、研究開発、文化事業、訪日観光等のPRと併せて本イベントを実施。
- 日本酒提供ブースにおいて、当館館員が日本各地の異なる味わいを紹介した。
- 在外公館料理人による当地の食材を生かした和食とともに寿司を提供し、日本酒とのペアリングの体験も提供。
- また、日本酒造組合中央会の協力を得て、日本産酒類のPR動画や英語版パンフレットを用いて日本の食文化の紹介・発信も行った。

効果

- 当地では、日本産酒類としてはジンやウィスキーが主流であるところ、日本酒を和食とともに多くの人々に紹介し、体験してもらうことで、親日・知日層拡大にも寄与。
- 当地主要紙「Cyprus News Agency」にも本イベントが報道された。

特記事項

- 2027年に外交関係樹立65周年を迎えるところ、本イベントを契機に、食を通じた更なる日キプロス友好関係の強化や、日本産食品の輸入・販売の機運を高めることにつなげる。



日本酒と当地食材とのペアリング及びネットワーキング（キプロス）

在キプロス日本使館

日時

実施日時：2026年3月12日（木）

実施場所：ニコシア市内

訴求対象：現地レストラン経営者、ホテル業、酒類輸入業者、小売業者、ソムリエ、ジャーナリスト等

開催規模：40人

概要

- 当地で活躍しているソムリエが講師となり、日本酒紹介を講義形式で実施。更に、在外公館料理人による当地食材を使ったおつまみと日本酒5酒を使い、ペアリングの提案を行った。
- 日本酒紹介においては、日本酒造組合中央会から提供を受けたPR動画も用いながら製造過程を紹介。
- HORECA関係者と輸入業者・小売店とのネットワーキングの場も提供。

効果

- 当地では日本ブランドのジンやウィスキーに比べて日本酒の認知度・普及率は低い中、参加者からは、今後日本酒をメニューに入れたい、日本酒の輸入先を拡大したい、といった声が聞かれた。
- 終了後、複数の参加者がSNSにてイベントについて発信。当地主要紙が発行するライフスタイル誌にもイベントについて掲載された。
- アンケートに回答したほぼ全員から高評価を得た。

特記事項

- 当館主催の日本酒類プロモーションイベントは初めての試みであったが、当地関連業界の関心の高さと今後のビジネス機会がうかがえた。



Μετάφρ. άλλων, δοκιμάσει το Dassai 45 Junmai Daiginjo από την περιοχή Yamaguchi, ένα από τα πιο αναγνωρίσιμα premium sake της χώρας, το κομμάτι και ελαφρώς σφοδρές Hattumaga 5th Junmai Ginjo Sparkling από τη Yamagata, καθώς και το Samuray Junmai Daiginjo από το Hokkaido. Από την περιοχή Miyagi γνωρίζεται το Urakassumi Miyagi Ume, ένα το "Ihizuchi" Betsu-Akatsura Junmai Ginjo από την Ehime ανέδειξε ένα πιο εκπαιδευτικό και αρωματικό προφίλ. Το testing ολοκληρώθηκε με το πιο αναγνωρίσιμο Amabiki "I Love Sake" Junmai από τη Saga, ένα sake ανεξάρτητο ειδικά για να συνοδεύσει sushi και ελαφρώς πόνο θαλασσινών.

日本産水産品の宣伝及び2027年国際園芸博覧会（GREEN×EXPO 2027）機運醸成（ギリシャ）

在ギリシャ日本大使館

日時

実施日時：2026年2月9日（月）
実施場所：ホテル・グランド・ブルターニュ
訴求対象：現地政府関係者、現地企業、日系企業等
開催規模：約530人

概要

- 天皇誕生日祝賀レセプションの機会に、隣接する会場にて、日本の水産物（ホタテ、ハマチ、ウナギ）を利用した公邸料理人による料理や寿司、日本酒、日本産ウイスキーを提供し、安心安全で多彩な日本食の魅力を宣伝。
- GREEN×EXPO 2027のバナー、動画、パンフレット、マスコットキャラクターのトゥンクトゥンクをイメージした生け花を展示し、機運醸成に努めた。
- 本使より、日本の水産物を紹介し、GREEN×EXPO 2027へのギリシャの参加を期待を呼びかけた。予定されている経済イベントを踏まえ、2026年が新規投資も含め、日希・日欧間の経済関係にとって重要な年になる旨発信した。

効果

- 主賓のキキリアス海事・島嶼政策担当大臣は、政府、国防省、ビジネス界から多くの参加があることを歓迎し、日本食によるもてなしに感謝を表明。日本との関係が深い海運事業について触れつつ、次世代の繁栄につながる経済関係強化を目指す旨述べる等、ギリシャにとって日本との経済関係が重要であることが広く共有された。
- フライやカルパッチョ、蒲焼き等水産物の多彩な楽しみ方が認知された。
- SNS発信力の高い当地の酒屋オーナーの協力を得て、日本産ウイスキーに関する当日の紹介が国内で広く拡散（合計10万回以上再生）された。

特記事項

- 2026年度は 6月に日本企業が大型の出展を実施するポシドニア海事展、9月に日本が名誉招待国として参加するギリシャ国内最大の経済イベントであるテッサロニキ国際経済見本市が予定されている（参加予定の日本企業の多くは会場にてバナーを展示）。この機会に二国間経済関係の深化・拡大が見込まれる。



水産物料理を紹介する公邸料理人



GREEN×EXPO 2027関連展示



日本産ウイスキー紹介



SNS広報



企業バナー

Discover Japan Sake & Spirits Reception（日本酒類プロモーションイベント）（クロアチア）

在クロアチア大使館

日時

実施日時：2026年3月10日（火）

実施場所：大使館公邸

訴求対象：現地ディストリビューター、日本食レストラン及びバー経営者等

開催規模：約30人

概要

日本酒類を取り扱う、又は今後の取扱いを検討している現地の食品・飲料ディストリビューター、日本食レストラン及びバー経営者等を対象に、日本酒及び日本産スピリッツの魅力を発信するPRイベントを実施した。

効果

- 本イベントでは、試飲機会の提供に加え、当地で活動する日本酒ソムリエの協力を得てレクチャーを実施し、日本酒に関する理解の促進に寄与した。
- また、公邸料理人による日本食の提供を通じ、日本食品の魅力発信にも資するものとなった。
- さらに、ウィーン所在の日本酒取扱店から調達した日本酒を提供した結果、参加ディストリビューターの一部が同店舗に直接連絡し、購入の意向を示す動きが見られるなど、日本企業にとっての今後のビジネス・チャンス創設へ貢献した。
- 事後アンケート結果によれば、参加者の満足度は非常に高く、ほぼ全員が今後の関連イベントへの参加意向を示した（往電第215号参照）。

特記事項

本イベントには当地テレビ局（RTL）が取材に入り、ニュース番組において本イベントの様様及び日本大使の活動が国内向けに広く報道された。これにより、日本酒を含む日本文化・産品の認知向上に加え、当館の対外発信強化にも寄与した。



日本産食品PRレセプション（ジョージア）

在ジョージア大使館

日時

実施日時：2026年2月26日（木）

実施場所：プルマンホテル

訴求対象：政府関係者、現地企業、各国大使館関係者等

開催規模：268人

概要

- 天皇誕生日レセプションの機会を活用し、日本産水産物ブース、日本産酒類試飲ブース及び日本企業ブースを設置し、それぞれPR活動を実施。当日は、当地政府、現地企業、各国大使館関係者等計268名が出席。

効果

- 日本産水産物ブースにて、イワシやウナギ、カツオ、ブリ、ホタテを提供し、出席者より大変好評であった。
- 日本産酒類試飲ブース及び日本企業ブースにて、日本酒、泡盛、ウイスキー、梅酒を提供し、ジョージア人ソムリエによるプレゼンや、日本産酒類の扱う業者による説明を行ったところ、日本産酒類の魅力を広報することができた。

特記事項

- 現地Messenger紙により、当日のレセプションの様子が紹介され、日本産水産物や日本産酒類が紹介された旨が報道された。



日本の農林水産物・食品の魅力発信（スイス）

在スイス大使館

日時

実施日時：2026年2月17日（火）
実施場所：スイス・ベルン市内のホテル
（ベルビュー・パレス・ホテル）
訴求対象：現地国会議員・政府・企業・学術・文化関係者等
開催規模：約400人

概要

- 当館最大のイベントである天皇誕生日祝賀レセプションには、スイスの国会議員・政府・企業・学術・文化関係者など約400名が出席。この場を活用し、東久文・在外公館料理人による鯛を始めとした日本の水産品や和牛を使用した寿司などの日本食を提供。
- また、ホタテ、和牛、日本酒の特別コーナーも設け、日本の農林水産物・食品の魅力を一層強く発信。

効果

- ホタテ、和牛、日本酒の特別コーナーは出席者から好評を博し、その結果、同じ会場内で実施した日本企業紹介コーナーにも多くの出席者が足を運んだ。これにより、企業による日本の農林水産業や観光業などのPRにつながった。
- 参加企業からは、日本食の提供は、多くの出席者が企業紹介コーナーを訪れるきっかけとなり、その結果、今後ビジネスの関係が期待できる者と接点を持つことができたとの声があった。



日本の農林水産物・食品普及促進のためのレセプション（スイス・ジュネーブ）

在ジュネーブ領事事務所

日時

実施日時：2026年3月4日（水）
実施場所：寿府代レセプションホール
訴求対象：現地外交団・国際機関・政府関係者等
開催規模：約450人

概要

- 寿府代、軍縮代及び寿府事の共催による天皇誕生日祝賀レセプションにおいて、上記訴求対象向け、日本茶大使による抹茶、煎茶及びほうじ茶の提供、並びに日本酒ソムリエによる酒の提供を実施し、農林水産業・食品産業の「海外から稼ぐ力」の強化に資するPRを起こった。

効果

- 式典における尾池大使のスピーチ等で参加者に対し本件PRのブースについて紹介したとともに、接客する館員からも来場したカウンターパートに対してアピールしたことから、多くの来場客が賞味した。
- それぞれ専門家から種類の違いを説明したり、好みに合わせた種類の提供をするなどしたこと、高い評価が聞かれた。
- 当地においても日本食の人気度は高いところ、今次レセプションも一つの契機にし、農林水産業・食品産業の「海外から稼ぐ力」の強化に資するべく同普及促進に努める。



スウェーデン初の「日本食普及の親善大使」任命を契機とした 日本食文化発信レセプションの開催（スウェーデン）

在スウェーデン日本国大使館

日時

実施日時：2026年3月2日（月）
実施場所：在スウェーデン日本大使公邸
訴求対象：現地政府、企業、報道関係者等
開催規模：83人

概要

- スウェーデン初の日本食普及の親善大使任命を記念し、日本食文化の新たな広がりを紹介するレセプションを開催。
- 日本料理と北欧食材の融合やサステナビリティといった観点から、日本食の新たな価値を発信。

効果

- 地方問題省副大臣、ビジネススウェーデンCEOをはじめ政府、企業、報道関係者等が多数参加し、日本食を通じた官民ネットワーク形成の機会となった。
- 大阪・関西万博との関連性を示すことで、今後の日・北欧間における食分野での協力や交流のさらなる発展への期待が高まった。
- 親善大使のネットワークを通じて多くのメディア関係者が来場し、SNSやウェブサイトでの発信が行われたことで、国内外への情報発信の広がりが期待される。

特記事項

- 親善大使が大使とともにレシービングラインに立ち来場者を迎える形とし、今後の協力関係を象徴する演出とした。
- 鏡開き、日本酒の試飲、日本食品の展示、日本式スパ旅館による温泉PRなど、食文化にとどまらない日本の多彩な魅力を紹介。



料理人の国際会議「Madrid Fusion」における日本食セミナーの実施（スペイン）

在スペイン大使館

日時

実施日時：2026年1月26日（月）
実施場所：Madrid Fusion 360°HUBセミナー会場
訴求対象：食関連事業者、現地レストラン関係者等
開催規模：約40人

概要

- ミシュラン一星レストランKoy Shunkaの松久秀樹シェフによる麴及び発酵食品の解説及び試食とともに、酒ソムリエ&ディストリビューターのパブロ・アロマル氏による日本酒の種類や製造方法の違いの解説・試飲を実施。

効果

- セミナーでは現地企業からも積極的に質問がなされ、具体的な協業の可能性に言及する企業もあった。
- 事前セミナーには、Madrid Fusion主催者が参加し、展示会を盛り上げるコンテンツとして認識してもらった。Winemad（ワイン展示会）主催者からWinemadにおいてもセミナーの開催してほしいと要望があった。

特記事項

- Madrid Fusionは毎年開催される料理人の集まる国際会議でトップシェフの講演が多数実施され、食のトレンドが発信される。約3万人が来場
- 2026年1月19日（月）には大使公邸において同内容の事前セミナーをMadrid Fusion主催者やメディア関係者向けに実施。



サンティアゴ・デ・コンポステーラにおける日本食PRイベント（スペイン）

在スペイン大使館

日時

実施日時：2026年2月5日（木）

実施場所：Hotel Eurostars Araganey

訴求対象：現地レストラン関係者、水産事業者、現地有力者等

開催規模：約40人

概要

- 鈴木在外公館料理人による日本の海藻と現地の食材を使った料理を提供するとともに、焼肉レストランRokusekiから和牛、鰹節製造事業者和田久から出汁、酒ソムリエ＆ディストリビューターのパブロ・アロマール氏から日本酒と現地ガリシア産チーズのペアリングについてそれぞれ解説及び試食提供を実施。

効果

- 海との共生を重要視するガリシア州において、日本の海藻の多様な使い方を紹介したことで、海藻の活用可能性を伝えつつ、日本食への関心を高めることができた。
- 地元ガリシア産チーズとのペアリングを提供し、日本酒を日常の食事に取り入れる提案ができた。

特記事項

- 現地在住のピアニスト川上ミネ氏の協力により、サンティアゴ・デ・コンポステーラ市長、ラリン市市長等の行政関係者や、現地水産事業者や漁師など食関連の重要人物を招待することができた。



天皇誕生日祝賀レセプション開催前の横浜国際園芸博覧会機運醸成イベント（スペイン）

在スペイン大使館

日時

実施日時：2026年2月26日（木）

実施場所：大使公邸

訴求対象：政府関係者、防衛・文化・観光・産業等の分野関係者

開催規模：約450人

概要

- 天皇誕生日祝賀レセプションの開催前に、園芸博についての周知イベントを行った。農業・食分野に関連する企業による展示や試食提供を実施。

効果

- 初めて園芸博の存在を知ったという参加者も多く、日本にゆかりのある参加者450人に周知できたことは大きな効果があった。2027年に日本への旅行を検討している方などは園芸博への訪問にも関心を持てただけた。
- 農業・食分野の企業出展では、野菜、和牛、寿司、蒲鉾、お酢、日本酒、和菓子、煎茶、抹茶ラテ様々な日本食を知ってもらう機会となった。

特記事項

- 当地折り紙博物館に作成いただいた園芸博公式キャラクターの折り紙と大使の写真をSNS投稿したところ大きな反響があった。
- 鈴木公邸料理人による寿司のデモンストレーションや、スペイン産チーズと日本酒のペアリングの試食提供も実施した。



サンセバスティアンにおけるシェフ向け日本食イベント（スペイン）

在スペイン大使館

日時

実施日時：2026年3月9日（月）
実施場所：レストランMUKA
訴求対象：現地レストラン関係者等
開催規模：約30人

概要

- 食の都と呼ばれるサンセバスティアンのシェフ向けに、和牛、備長炭、ジャパニーズウイスキー等の日本食材について紹介するイベントを実施。
- 炭火焼き料理をメインに提供するレストランMUKAのシェフによる、備長炭を使って調理した現地食材、和牛料理を提供した。

効果

- 備長炭の特徴を説明した際、多くの質問が寄せられ関心の高さがうかがえた。現在使っている炭をすべて備長炭に変えるのではなく、焼き台の上層のみ使うなど具体的な活用方法も紹介された。
- 冷凍の和牛串はそのまま焼いてロスもなく非常に使いやすいので導入したいと複数のレストランから要望が出るなど、具体的な商談につながる動きがあった。

特記事項

- イベントに合わせて訪問した日本産茶葉を原料としたノンアルコール飲料を製造するAMAブルフリーでは、備長炭を水の浄化フィルターとして活用することに関心が示された。



農業・食分野企業ネットワーキング・横浜国際園芸博覧会機運醸成イベント（スペイン）

在スペイン大使館

日時

実施日時：2026年3月12日（木）

実施場所：大使公邸

訴求対象：スペイン政府関係者、農業・食関連企業、スペイン日商
会員、社長会会員等

開催規模：約50人



概要

- 園芸博の周知とともに、スペインで活動している日本の農業・食関連企業や日本と関わりのあるスペインの農業関連企業によるプレゼンテーションを実施。日本とスペインの農業・食分野におけるさらなる協業につながるようネットワーキングを実施。



効果

- スペイン農業省から果物・野菜・ワイン産業担当次長、食品安全管理担当次長、原産地呼称担当次長等が参加。
- サカタのタネ、日本通運、サンファームイベリカ、RUFEPa、INTERPORC、EFPolymer、Tierra Zen、紀州炭工房が参加し、プレゼンテーション及び企業展示が行われた。



特記事項

- アフリカ豚熱の発生により日本への豚肉輸出が停止され、両国に大きな影響が出る中、消費拡大の応援としてスペイン産豚肉を使った日本食と、生ハムと日本酒のマリアージュを提供した。
- ウェルカムドリンクとして焼酎のカクテルを提供したほか、日本産の茶葉を使ったノンアルコールドリンクの試飲も提供した。



サラマンカ日本文化週間における日本食PRイベント（スペイン）

在スペイン大使館

日時

実施日時：2026年3月16日（月）、17日（火）
実施場所：日西文化センター（Centro Cultural Hispano Japonés）、キッチンスタジオLa Cocinita Mágica
訴求対象：日本語学習者、サラマンカ大学関係者等
開催規模：セミナー50人、ワークショップは各回25人

概要

- 毎年開催されているサラマンカ日本文化週間において、初めて日本食のイベントを実施。Green×EXPO2027についても紹介。
- 16日に発酵と寿司、17日に和菓子のワークショップを実施した。
- 17日には、鈴木在外公館料理人による「家庭でできる日本食」と題したセミナーを実施し、だし巻き玉子、鶏の照り焼き、冷や奴の試食を提供した。

効果

- サラマンカは日本に関心のある在住者が多い一方、日本食に関して学ぶ機会は少なかったため、非常に好評であった。
- ワorkshopを実施したキッチンスタジオや日西文化センターから、来年も日本文化週間で食のセミナーを実施したいと要望があった。
- この機会を捉え訪問したサラマンカ商工会議所からも、特産である生ハムと日本食材を使ったイベント実施の提案があった。

特記事項

- より日本食を身近に感じてもらえるよう、どら焼き、粉末抹茶、インスタント味噌汁を来場者に配布した。



園芸博の機運醸成（バルセロナ（スペイン））

在バルセロナ総領事館

日時

実施日時：2026年2月20日（金）

実施場所：総領事公邸

訴求対象：州政府長官・各市長等高官計10名、文化人、観光インフルエンサー

開催規模：約350人

概要

- 州政府各庁代表・各市長及び文化人、観光インフルエンサー、訪日予備軍に対し、大型パネルと盆栽をセットにした「グリーン」コーナー設置（当地盆栽協会協力）、冊子配布、映像放映を行い、本官スピーチにて場所・開催期間を含め言及。
- 本官が園芸博をイメージしたきものを着用し、参加者とパネル前で写真撮影を行い、説明を行った。

効果

- スピーチの後、一時期、美しい大型パネルを背景に写真撮影を行う参加者の列ができた。今まで全く知らなかったが訪日時には是非立ち寄りたいとのコメントも複数あった。
- うち、カタルーニャ州政府大学研究庁長官、カバ（当地スパークリングワイン）協会会長、元日本留学生協会、その他文化人等影響力のある方々がSNSに写真を投稿し拡散した。

特記事項

- 日本らしさを即時に感じとってもらうために盆栽と共に展示した。
- 本官が小学生の頃に遊んだ、自然に満ちた思い出の場所（上瀬谷）で開催されることを、写真撮影の都度、説明し、共感を得た。
- 開催中の「日本・カタルーニャ交流年」終了以後も多くのイベントの開催が予定されるので、パネルを有効に活用予定。



最上：盆栽展示

上：州・大学
研究庁長官

中：カバ協会会長

下：元日本留学生



日本酒及び焼酎の魅力発信レセプション（セルビア共和国）

在セルビア日本大使館

日時

実施日時：2026年3月9日（月）
実施場所：ベオグラード市内レストラン（Smokvica）
訴求対象：飲食店関係者、メディア等
開催規模：約80人

概要

- セルビア国内の飲食店関係者（レストランオーナー、料理人、ワインソムリエ等）及びメディア関係者を対象に、ワールド酒インポートUKの田阪麻微氏による日本酒及び焼酎に関するレクチャーを実施。
- レクチャー後には、レセプション形式で料理とのペアリング体験を実施。講師及び参加者同士のネットワークの機会を設けた。

効果

- イベントには日本食レストラン関係者のみならず、アジア料理レストラン関係者やワインショップオーナーなどが参加した。
- レクチャーでは、日本酒の基礎知識から種類別の特徴、ワインとの違いなどについて説明するとともに、肉料理や魚料理のフィンガーフードを用意して日本酒とペアリング体験することで、実際に各店にて日本酒を扱うイメージをもってもらうことができた。

特記事項

- 2027年にベオグラード認定博が行われ、ビジネスイベントも予定されているが、当該イベント及び認定博の機会を利用し、さらに日本酒を扱う飲食店が拡大することを期待する。



和牛の普及を目的としたプロモーション事業（タジキスタン）

在タジキスタン日本国大使館

日時

実施日時：2026年3月28日（土）及び30日（月）

実施場所：フォカッチャ・グリル（ハイアットホテル・ドゥシャンベ内）

訴求対象：市内のホテル、レストラン関係者、食品ディストリビューター等

開催規模：約226人

概要

- 本事業は、和牛の認知度の向上を目的として、当地のホテル、レストラン関係者、食品ディストリビューター、政府関係者、報道関係者に向け説明会、広報活動（SNSでの情報発信など）を一体的に実施したプロモーション事業であり、あわせて飲食店や輸入業者との接点を創出し、今後の商流形成を目指すものである。
- 古田・駐タジキスタン大使が和牛の品質、安全性、美味しさの魅力などについてスピーチを行い、生産者のインタビュー映像を紹介したほか、ホテル内のレストランを活用し、小藤大使館料理人が焼き方やソース作りなどを事前に指導しつつ、調理実演、試食提供を行った。

効果

- 本事業の実施により、日本産食品としての魅力や信頼性を直接訴求することができ、単なる試食提供にとどまらず、和牛の生産者の思いや価値を丁寧に伝えたことで、和牛の高付加価値商品としての認識向上につながった。
- また、参加者を対象にしたアンケートでは和牛の美味しさを高く評価する回答が相次ぎ、今後の和牛の取り扱いに向けた相談など、現地関係者との商談機関の創出に向けた貴重な足がかりを得た。



古田・駐タジキスタン日本国特命全権大使によるスピーチ



スピーチに耳を傾ける招待客



日本人形などを設置し、和の雰囲気にあふれた会場の様子

日本産食品の魅力発信レセプション（チェコ）

在チェコ大使館

日時

実施日時：2026年2月9日（月）
実施場所：プラハマリオットホテル
訴求対象：閣僚級含む主要な政治・経済・文化等関係者
開催規模：約350人

概要

- 在外公館料理人が寿司等を提供し、日本産水産物・日本米をPRしたほか、当地日本食事業者3社が、日本料理、おにぎり、お茶の試飲を提供して、日本食の魅力を紹介。
- 在外公館料理人の事前指導により、ホテルビュッフェも一部日本食コラボメニューを提供。
- 大使館と輸入業者が計9種類の日本酒を提供し、チェコ人酒ソムリエが解説。日系企業の協力で日本のビールも提供。

効果

- オープニングでは上下院議長や閣僚等が大使と日本酒で乾杯し、印象的な日本酒のPRを行うことができた。
- 在外公館料理人、日本食事業者の日本料理、おにぎり、お茶の試飲はいずれも大盛況で、ゲストからは素晴らしいとの感想が多く寄せられた。
- 日本酒コーナーにも多くのゲストが訪れ、熱心に質問する姿も見られ、高い関心がうかがわれた。
- メディアへの更なるアウトリーチにもつながった。

特記事項

- 2025年に姫路市とプラハ城が城協定を結んだことを受け、姫路市の日本酒のプロモーションも行った。



日本産食品の販路拡大支援（デンマーク）

在デンマーク日本国大使館

日時

実施日時：2026年2月26日（木）
実施場所：大使公邸
訴求対象：現地政経界、現地輸入会社等
開催規模：約170人

概要

- 現地政府及び外交団、現地経済界、食関連企業に対して、当地で日本産食材を取り扱う企業やレストラン、広島県の水産関連団体・企業、JA全農ふくれん、ANA、JAL、JNTO、DNP等の協力により、日本の食材、観光、文化PRを実施。

効果

- 当地でおにぎりやラーメン等のレストランが増えているものの、日本産食材は限られ、日本食を扱う関連企業間の交流も乏しいため、日本産食材を扱う企業間のネットワーキングの場を提供することにもつながった。
- また、訪日観光客が増える中、日本食の試食・試飲に加え、日本の航空会社のPR、広島観光大使も駆けつけた観光PR、当地博物館の日本の特別展のPR、Casioの腕時計の展示等、食・交通・文化・観光等、日本の魅力を多面的に発信。

特記事項

- 2027年に外交関係樹立160周年を迎えるところ、本イベントなどを契機に機運醸成を図り、更なる日デンマーク関係の強化を見込む。



国産高級リーフ茶需要拡大事業（ドイツ） ベルリン国際映画祭関連レセプション及び天皇誕生日レセプションの機会を利用

在ドイツ大使館

日時

実施日時：2026年2月16日（月）、24日（火）
実施場所：大使館公邸
訴求対象：在ベルリンのドイツ人等
開催規模：約200人、約400人

概要

- 国産高級リーフ茶の潜在的需要層となるゲストが出席する上記レセプションの機会を捉えて、現地系有力お茶企業と連携し、現地で購入可能な国産リーフ茶と茶具を使ったP R活動を継続的に行うもの。当地における抹茶人気を入口とし、国産高級リーフ茶の需要拡大を図ることを目的とするもの。

効果

- ドイツや欧州において既に多数の顧客を持ち、洗練された企業イメージを有する有力現地系お茶企業2社と連携。
- それぞれ3種類の国産リーフ茶の飲み比べと、多くの現地人に浸透していないリーフ茶の淹れ方についての説明等を実施。
- 絶えず企業ブースにゲストが訪れ、長時間にわたり双方向のコミュニケーションが行われるなど、ゲストからは強い関心が示され、今後、上記企業を経由した販路拡大に繋がることが期待される。

特記事項

- なお、P R活動の様子は、日本のお茶文化などとともに、現地系企業のSNS上でも発信された。



（出展）企業のSNS

さつまいもの輸出拡大事業（天皇誕生日レセプションの機会を利用）（ドイツ）

在ドイツ大使館

日時

実施日時：2026年2月24日（火）

実施場所：大使館公邸

訴求対象：在ベルリンのドイツ人等

開催規模：約400人

概要

- ベルリンで日本食材を販売する小売店を有するインポーターによる焼き芋機を利用した焼き芋の試食等を実施。これにより、国産さつまいもの輸出拡大とともに、当該小売店へドイツ人客等を引き込むことを通じた他の日本食材の輸出拡大を目的とするもの。

効果

- ゲストからは、現地で販売されるさつまいもと国産のものの甘さの違い等について賞賛する声が多く、ほぼ全てが消費。
- また、焼き芋を具体的に買える店についての具体的な質問も多く、日本食材を販売する小売店の周知にも成功。
- 当該小売店における焼き芋とあわせて、日本食材の消費拡大が今後期待される。

特記事項

- ゴルフ元ドイツ大統領は、到着直後にこの焼き芋を試食し、周囲に「たいへん美味しい」旨言及。その後、主賓挨拶においても同様の御発言。



インバウンドと連携した日本食の輸出推進事業（ドイツ） （ベルリン国際観光見本市関係レセプションの機会を利用）

在ドイツ大使館

日時

実施日時：2026年3月3日（火）
実施場所：大使館公邸
訴求対象：ドイツの観光業界関係者等
開催規模：約200人

概要

- ドイツの訪日旅行者数は2025年度も過去最高を記録。今後も伸びが期待。このような中、ドイツ人の訪日動機の上位には食べ物（2025年5月JNTO）。また、食品輸出事業者等からも、訪日経験がドイツにおける日本食輸出拡大の背景という声。
- このため、ベルリン国際観光見本市（ITB）に併せてドイツ観光業界関係者を招き、日本の地方自治体や観光関連企業、当地のラーメン屋やおにぎり店等と連携したインバウンドと食品輸出拡大のための相乗効果を狙ったネットワークイベントを開催。

効果

- 出席ゲストからは、ゴールデンルートに加えて地方観光や体験型観光（温泉・旅館等）への関心が強いとの声が聞かれた。また、紹介した日本産食品や地域の食文化にも高い関心が示され、今後の訪日インバウンドの増加に加え、日本各地の食の魅力に対する理解促進を通じた食品輸出の拡大が期待される。

特記事項

- なお、当該レセプションにおいては、地方自治体（横浜市）との連携により、園芸博の機運情勢も併せて行ったところ、独旅行会社からは、旅行商品化やメディアでの紹介を検討したいとの声があった。



日本産食品・水産品のPR及び園芸博機運醸成（ドイツ・デュッセルドルフ）

在デュッセルドルフ総領事館

日時

実施日時：2026年3月16日（月）
実施場所：デュッセルドルフ市内ホテル
訴求対象：現地政財界（ノルトライン＝ヴェストファーレン州経済大臣、デュッセルドルフ市長など当地政府要人を含む）、ビジネス関係者等
開催規模：200人弱

概要

- 当館主催レセプションに際して、在外公館料理人が調理した飛騨牛のローストビーフ、北海道産のホタテの刺身を提供し、日本産食品・水産品の多様な魅力をPRした。
- 横浜市欧州事務所の協力を得て、園芸博をPRした。

効果

- 角田総領事や在外公館料理人による日本産品の紹介があり、日本産品の料理にはレセプション参加者による長蛇の列ができ、一定のPR効果が認められた。
- 日本産品の提供に際し、現地日系企業による醤油のPR活動もできた。
- 園芸博について、広報グッズや動画を活用することにより、レセプション参加者に対して効果的に発信することができた。

特記事項

- 本レセプションを契機として、日本産品の更なるPRや2027年の園芸博開催に向けた当地における更なる機運醸成を見込む。



日本産水産品・食品のP R及び園芸博機運醸成（ドイツ・ハンブルク）

在ハンブルク総領事館

日時

実施日時：2026年2月23日（月）
実施場所：ハンブルク市内
訴求対象：現地政財界・ビジネス関係者
開催規模：約280人

概要

- 当館主催レセプションに際して、在外公館料理人が調理した日本産ぶりの照り焼き、また、岐阜県及び兵庫県の協力を得て、飛騨牛、日本酒等を提供し、日本産水産品・食品の多様な魅力をP Rした。
- また、横浜市が園芸博に特化したP Rブースを設置した。

効果

- レセプションでは、参加者から各食品の入手方法について照会される等、一定のP R効果が認められた。
- 横浜港とハンブルク港の間で結ばれている港湾提携協定について併せて紹介することで、園芸博の開催について、当地参加者に対して効果的に発信することができた。

特記事項

- 2027年の園芸博開催に向け、本レセプションを契機として、横浜港の友好港であるハンブルク港が所在する当地における更なる機運醸成を見込む。



日本産食品・飲料品のPR（ドイツ・ミュンヘン）

在ミュンヘン総領事館

日時

実施日時：2026年3月3日（火）
実施場所：ミュンヘン市内イベント会場
訴求対象：州政府関係者、当地自治体関係者等
開催規模：約180人

概要

- 当館主催レセプションに際して、在外公邸料理人が和牛を用いた料理、また、当地食品関係日系企業の協力を得て、日本茶、スパークリング日本酒の試飲を提供し、日本食品・飲料の多様な魅力をPRした。

効果

- レセプションでは、ゲストより各食品の入手方法について照会される等、PR効果が認められた。
- 試食・試飲を通じて和牛やスパークリング日本酒を初めて体験するゲストも多く、日本の食文化への興味喚起につながった。

特記事項

- なお、同レセプションではJETROも出展し、福島県産のお酒を提供した。



アシガバットにおける日本食材ビジネス振興レセプション（トルクメニスタン）

在トルクメニスタン大使館

日時

実施日時：2026年3月27日（金）
実施場所：アシガバットレストランMOMO
訴求対象：現地政府関係者、現地半導体企業等
開催規模：80人

概要

- 現地日本食レストラン・フードサプライヤーを中心に、日本の調味料（わさび、しょうゆ、味噌、マヨネーズ、ポン酢、出汁等）を紹介し、対象者に今後の購入および利活用の促進をした。

効果

- セミナーでは現地企業からも積極的に質問がなされ、具体的な協業の可能性に言及する企業もあった。
- レセプションには、上記飲食関係者以外にも当地外交団シェフらが参加した。
- 調味料の中では特にキッコーマンのハラール醤油に関してレストラン業界から関心が高かった。

特記事項

- 2027年に外交関係樹立35年を迎えるところ、本イベントを契機に更なる日トルクメニスタン関係の強化を見込む。



園芸博の機運醸成及び日本産食品普及レセプション（ハンガリー）

在ハンガリー大使館

日時

実施日時：2026年2月13日（金）
実施場所：マリオットホテル
訴求対象：現地政府関係者、各国外交団
開催規模：約350人

概要

- 現地政府及び各国外交団に対して、350名規模のレセプションの機会を設け、園芸博の動画による紹介やパンフレットを配布し、園芸博参加への機運を盛り上げた。

効果

- レセプションには、ハンガリー国会議員、政府関係者、企業関係者、学術関係者、外交団、在留邦人など約350名が参加した。
- 国会議長始め、レセプションに参加した多くの関係者が、園芸博の説明を聞き、前向きな関心を示した。

特記事項

- 日本産の和牛・帆立、ハマチの寿司を提供し、大変好評を得た。



農業・食品関係者を対象とした日本産食品普及・園芸博機運醸成レセプション（ハンガリー）

在ハンガリー大使館

日時

実施日時：2026年3月25日（水）

実施場所：農業省ホール

訴求対象：現地政府関係者、農業・食品加工業関係者等

開催規模：約80人

概要

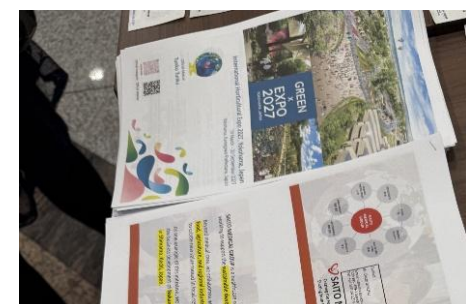
- 当地農業省との共催で、園芸博機運醸成及び日本産食品及び日本酒プロモーションのためのレセプションを実施。
- 農業関連の政府職員や農業・食品関連企業を対象とし、園芸博のパンフレットを配布した上、日本の先端食品技術や伝統的技術による日本産食品を提供した。

効果

- 在外公館料理人の協力により、参加者に日本産水産物の美味しさを体験する機会を設け、好評を博した。
- 伝統的和菓子を京都から直輸入して提供し、また梅酒を始めとした日本酒類を提供したことで、和菓子や日本酒への理解が進んだ。

特記事項

- ハンガリーでは冷凍マグロに対する抵抗感が強いので、理解を深めるため、日本の瞬間冷凍技術を用いた冷凍マグロをポルトガルから空輸し、提供した。



日本酒ウィークキックオフイベント：
園芸博機運醸成及び日本酒・日本産食品普及レセプション（ハンガリー）

在ハンガリー大使館

日時

実施日時：2026年3月27日（金）
実施場所：W Hotel Budapest
訴求対象：現地ビジネス関係者、外交団等
開催規模：約50人

概要

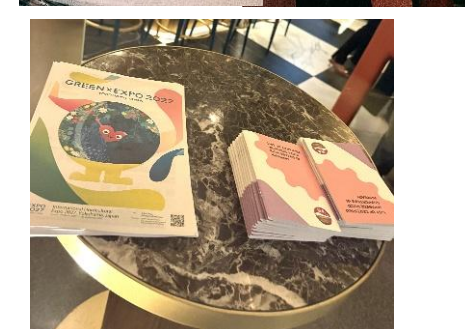
- W Hotel Budapestによる日本酒ウィークのキックオフイベントとして、園芸博機運醸成及び日本食・日本酒普及レセプションを同ホテルと大使館の共同開催形式で実施。
- 当日は、在外公館料理人がライブキッチンで冷凍マグロの寿司を握り、好評を博した。

効果

- 当日イベントの様子は、当地の英文プレスであるDiplomatic Pressにて、写真付きで冷凍マグロの美味しさも含めて詳細に報道され、特に日本産食品及び酒類のプロモーションに貢献した。

特記事項

- 当地では海がないため、魚を食べる習慣があまりなく、冷凍水産物への抵抗が強いところ、まず美味しさを知っていただき抵抗感を取り除くことが日本食普及の鍵。



天皇誕生日祝賀レセプションにおける日本産ホタテの魅力発信（フィンランド）

在フィンランド大使館

日時

実施日時：2026年3月3日（火）

実施場所：大使館公邸

訴求対象：現地政財文化界キーパーソン、外交団等

開催規模：221人

概要

- 現地政府関係者、外交団（各国大使等）、経済関係機関（現地大手企業含む）、文化団体等に対して、ヘルシンキ市の日本食レストラン「古都」、日本産食材取扱店「TOKYOKAN」協力のもと、北海道産ホタテのにぎり400貫を提供し、日本産農林水産物のPRを行った。

効果

- 提供したホタテのにぎりは招待客に好意的に受け入れられ、日本産水産物への関心の高さを確認した。また、招待客からは「甘味、歯ごたえ、旨み、どれをとっても最高。」との評価も聞かれた。
- 大使によるスピーチでの言及の他、広報媒体として日本産ホタテPR映像の放映、調理方法（レシピ）の掲示、一昨年当館で作成したロールアップ式バナー2台を展示し、招待客から高い関心が示された。

特記事項

- 日本産農林水産物に対する関心の高さを確認したところ、本イベントを契機に更なる農林水産業・食品産業の「海外から稼ぐ力」の強化を見込む。



日本産食品レセプション（フランス）

在フランス大使館

日時

実施日時：2026年2月19日（木）
実施場所：在フランス大使公邸
訴求対象：現地政府関係者、現地企業関係者等
開催規模：約430人

概要

- 2月19日に開催された天皇誕生日レセプションに合わせ、日本産農林水産物のPRを実施。
- 新潟産コシヒカリを使用したおにぎり、鹿児島黒牛のしゃぶすき鍋、美鮮のブリの造り、静岡県稲取産キンメダイの皮霜造り、愛媛県マダイの焼霜造り及び北海道噴火湾産ホタテ貝の炙り磯辺巻きを提供（和牛及び水産物は公邸料理人が調理を実施）
- JETROパリ事務所との連携により、日本酒も提供しPRを実施。
- このほか、民間企業の協力により、お好み焼き、ラーメンなども提供し複合的に日本食をPRした。

効果

- 日本産と他国産の米や和牛の違いなどについて質問がなされ、味や品質の違いを評価する声が多く寄せられた。
- 1月に鈴木農林水産大臣が訪問した現地大手スーパーの海外食品責任者等に対して、日本産農林水産物の輸出拡大に協力を求める絶好の機会となり、検討を進めることとなった。



日本酒の販路拡大支援（フランス）

在ストラスブール総領事館

日時

実施日時：2026年3月2日（月）
実施場所：総領事公邸
訴求対象：アルザスワインソムリエ協会会長ほか会員ソムリエ
開催規模：約50人

概要

- 現地で日本や欧州のワイン・酒輸入流通業を営む日本人に講師役を務めてもらい、アルザスワインソムリエ協会会長ほか会員ソムリエに対して、日本酒に関する講義や個別の銘柄解説を含む試飲会を実施。
- 在外公館料理人の協力により、日本酒に合うおつまみ（和牛を含む）を計7種用意し、料理とお酒のペアリングを楽しんでもらった。

効果

- 試飲会では参加したソムリエが積極的に質問していたほか、日本酒の味わい、感想を自ら表現、解説することもあった。
- ソムリエ協会会長を含む試飲会に参加した多くのソムリエたちから、「日本酒も料理もとてもおいしく、大変勉強になった」との好意的なフィードバックが多数寄せられた。

特記事項

- 開催に当たり、アルザスワインソムリエ協会から多数の参加希望が寄せられたところ、会場スペースの観点から事前に人数制限を実施しており、日本酒に対する関心の高さがうかがえた。



四国地方産水産物及び日本産酒類の販路拡大支援（フランス）

在リヨン領事事務所

日時

実施日時：2026年2月23日（月）

実施場所：インターコンチネンタルホテル リヨン

訴求対象：現地飲食・ホテル業関係者等

開催規模：約100人

概要

- 冒頭、現地飲食・ホテル業関係者ら対象に、本邦水産養殖加工業者がオンラインで水産物の説明を、また現地に赴いた蔵元による日本酒の説明をそれぞれ実施。
- その後は100名規模のレセプションの機会に、日本産水産物を用いた寿司を提供。
- 食発信との相乗効果を期待し、水産物産地の自治体紹介ブース（クレアパリ）と日系航空会社ブースをレセプション会場に設置し、地方の魅力発信とインバウンド機運を醸成。

効果

- 本イベントには地元のミシュラン星付きシェフも参加し、「高品質な日本産水産物がリヨンで手に入るとは知らなかった」との声が寄せられるなど、参加した飲食関係者から大きな反響があった。
- 寿司にゆず果汁（徳島県提供）を添えて提供したところ取り扱いを希望する声があり、また提供した日本酒についても具体的な調達方法に関する問い合わせがあるなど、販路拡大の即効性が確認された。
- 地元の食文化発信に特化したインスタグラマー複数名を招待した結果、本イベント関連の投稿が複数発信され、総フォロワー数約10万人にリーチした。

特記事項

参加者の関心が高いと想定される日本の海面養殖産業の持続可能性や提供水産物の特徴について、試食前に説明することで、試食時の理解がより深まるようイベントの進行を工夫した。



日本産食品及び和食の魅力発信イベント（ポルトガル）

在ポルトガル大使館

日時

実施日時：2026年2月19日（木）
実施場所：大使公邸
訴求対象：現地政府及び経済関係者、等
開催規模：約300人

概要

- 天皇誕生日祝賀レセプションに合わせ、日本産食品及び和食の魅力を発信。
- 冒頭、日本酒による乾杯を行い、レセプションでは在外公館料理人が鹿児島県産和牛などを用いて和食を提供。
- 日本産食品を引き立てるため、和牛のしゃぶしゃぶを提供する専用スタンドを設置するとともに、寿司のしゃりには日本産米を使用。
- 日本酒及び日本茶の試飲コーナーを設け、館員による日本酒の説明

効果

- 参加者からは和食への高い評価が寄せられるとともに、購入先等に関する具体的な照会が多数寄せられた。
- 和牛、日本産米、日本酒、日本茶他といった日本産食品の認知度の向上と和食に対する理解促進が深まり、結果として、日本産食品の海外輸出促進に資する成果を得た。



日本産食品（和牛及び帆立）のプロモーション（ルーマニア）

在ルーマニア大使館

日時

実施日時：2026年2月20日（金）
実施場所：JWマリオット・ブカレスト
訴求対象：現地政府関係者、現地半導体企業等
開催規模：約470人

概要

- 天皇誕生日祝賀レセプションの機会を利用して、当地で入手可能な和牛のすき焼き及び帆立の握り寿司を提供した。
- レセプション冒頭の大使挨拶で和牛と帆立に言及するとともに字幕スライドに和牛の写真を載せ、当地首相、副首相及び閣僚を含む来場者に広く魅力を周知した。

効果

- レセプションには、当地首相、副首相、閣僚をはじめとする政府要人、外交団、武官団のほか、経済・文化を含む日・ルーマニア関係者約470名の参加があった。
- 館員がヒアリングをした全ての試食者からポジティブな反応があり、また食べたい、当地で入手可能か等の質問があった。

特記事項

- 和牛すき焼きは大使館料理人がその場で調理することで、ライブ感と香りも相俟って最後まで行列が絶えなかった。



Toate ingredientele, inclusiv carnea de vită wagyu, scoicile și orezul pentru sushi, sunt importate din Japonia.

All ingredients including wagyu beef, scallops, and sushi rice are imported from Japan.

